

营销环境、营销系统和营销战略之间的相互关系 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/33/2021\\_2022\\_\\_E8\\_90\\_A5\\_E9\\_94\\_80\\_E7\\_8E\\_AF\\_E5\\_c28\\_33335.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/33/2021_2022__E8_90_A5_E9_94_80_E7_8E_AF_E5_c28_33335.htm)

1 . 环境。或者更确切地说，环境中那些影响需求与供给的因素，如人口增长、按人口平均的收入、对产品的看法、原料来源状况及成本等。

2 . 企业与竞争对手的营销策略。 3 . 在这一市场中的各主要营销决策的变量产品特点、价格，推销力量、实体分配和服务、广告及人员推销。 4 . 企业用以销售产品的主要营销渠道。 5 . 购买行为模式，这种模式表明顾客对制造厂商、分销渠道及对环境的反应。 6 . 行业的总销售情况、公司的总销售和公司的总成本情况。 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 [www.100test.com](http://www.100test.com)